

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання контрольної роботи
з навчальної дисципліни

«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ»

*(для студентів магістратури заочної форми навчання
спеціальності 073 – Менеджмент
освітньо-професійної програми «Бізнес-адміністрування»)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2019

Методичні рекомендації до виконання контрольної роботи з навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг» (для студентів магістратури заочної форми навчання спеціальності 073 – Менеджмент освітньо-професійної програми «Бізнес-адміністрування») / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад. С. І. Плотницька. – Харків : ХНУМГ ім. Бекетова, 2019. – 14 с.

Укладач д-р екон. наук, доц. С. І. Плотницька

Рецензент

М. М. Новікова, доктор економічних наук, професор, зав. кафедрою менеджменту і публічного адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою менеджменту і публічного адміністрування, протокол № 7 від 04.12.2018.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Завдання для контрольної роботи за варіантами та вибір певного варіанта.....	5
2 Виконання контрольної роботи. Вимоги до її оформлення.....	11
Список рекомендованої літератури.....	12
Додаток А Приклад оформлення контрольної роботи.....	13
Додаток Б Приклад оформлення змісту.....	14

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Менеджмент та маркетинг» є однією з навчальних дисциплін підготовки магістра та має на меті формування професійних компетентностей для забезпечення ефективного управління організацією (структурними підрозділами) шляхом оволодіння та використання інструментарію менеджменту та маркетингу.

В результаті вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг» студент повинен оволодіти такими компетентностями та програмними результатами навчання:

- уміння обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту та маркетингу, зокрема, відповідно до міжнародних стандартів;
- уміння застосовувати концепції, методи та інструменти менеджменту та маркетингу для результативного та ефективного управління організацією;
- здатність встановлювати зв'язки між елементами системи управління організацією.

1 ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ЗА ВАРІАНТАМИ ТА ВИБІР ПЕВНОГО ВАРІАНТА

Контрольна робота складається із теоретичної та практичної частин. Студенти виконують один з 25 запропонованих варіантів теоретичної та практичної частини контрольної роботи. Вибір відповідного варіанта здійснюється за порядковим номером студента у журналі відвідувань

Теоретична частина

Варіант 1

1. Розкрийте сутність системної моделі менеджменту організацій.
2. Опишіть концепцію маркетингової інформаційної системи.

Варіант 2

1. Розкрийте особливості системного і функціонального підходів до управління організацією.
2. Наведіть етапи процесу маркетингового дослідження та надайте їх стислу характеристику.

Варіант 3

1. Визначте основні зацікавлені групи в діяльності організації, опишіть їх цілі та інтереси.
2. Розкрийте сутність процесу управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Варіант 4

1. Визначте особливості менеджменту на основних етапах життєвого циклу організації.
2. Наведіть основні форми організації маркетингу на підприємстві, надайте їх коротку характеристику. Визначте їх переваги та недоліки.

Варіант 5

1. Розкрийте сутність та дайте коротку характеристику новим підходам в HRM-менеджменті: управління талантами, управління віком, управління різноманіттям.
2. Визначте сутність процесу контролю в маркетингу. Наведіть основні вимоги до проведення маркетингового контролю.

Варіант 6

1. Наведіть основні моделі стратегічного управління людськими ресурсами та надайте їх коротку характеристику.
2. Визначте сутність контролю маркетингу на підприємстві, наведіть його основні типи та надайте їм коротку характеристику.

Варіант 7

1. Наведіть основні принципи розвитку організацій та дайте їх змістовну характеристику.
2. Аудит маркетингової діяльності: сутність, способи, засоби проведення.

Варіант 8

1. Опишіть модель управління як системоутворювальний комплекс методів, форм впливу, принципів.
2. Визначте мотиви виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки.

Варіант 9

1. Проведіть аналіз організаційно-управлінських систем з акцентом на аналіз процесу прийняття рішень.
2. Визначте складові системи маркетингової інформації.

Варіант 10

1. Розкрийте сутність цільових управлінських технологій та наведіть їх структуру.
2. Визначте роль інформації в діяльності компанії.

Варіант 11

1. Визначте основні види синергетичного ефекту в управлінні організацією та особливості його прояву.
2. Обґрунтуйте напрями маркетингової діяльності в міжнародному середовищі.

Варіант 12

1. Дайте визначення управлінського циклу та коротко охарактеризуйте управлінські процедури: цілевизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотний зв'язок.
2. Розкрийте мету розробки маркетингових програм на підприємстві.

Варіант 13

1. Визначте методологію організації системи управління персоналом.
2. Визначте маркетингові стратегії росту компанії та надайте їх коротку характеристику.

Варіант 14

1. Охарактеризуйте управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Наведіть класифікація управлінських рішень.
2. Розкрийте сутність підходу до міжнародної сегментації «вихід з одним і тим же товаром на різні сегменти в різних країнах». Визначте умови його використання, недоліки та переваги.

Варіант 15

1. Охарактеризуйте умови прийняття управлінських рішень та визначте фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.
2. Визначте основні напрямки дослідження міжнародних ринків та дайте їх характеристику.

Варіант 16

1. Наведіть моделі прийняття управлінських рішень та надайте їх коротку характеристику.
2. Наведіть порівняльну характеристику стратегій виходу організації на зовнішні ринки.

Варіант 17

1. Визначте методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.
2. Наведіть етапи процесу маркетингового дослідження та надайте їх коротку характеристику.

Варіант 18

1. Визначте цілі та завдання управління персоналом. Наведіть етапи історичного розвитку управління персоналом.
2. Визначте та розкрийте сутність методів прогнозування розвитку ринку.

Варіант 19

1. Наведіть сучасні концепції управління персоналом та надайте їх коротку характеристику.
2. Визначте сутність та послідовність процесу сегментування ринку.

Варіант 20

1. Визначте мету управлінського процесу, його учасників, предмет, засоби здійснення.
2. Визначте сутність і стратегії позиціювання товару.

Варіант 21

1. Охарактеризуйте керівництво як об'єднувальну функцію менеджменту. Визначте основні фактори та визначальні аспекти керівництва.
2. Наведіть моделі поведінки споживача та надайте їх характеристику.

Варіант 22

1. Дайте визначення влади як елементу примусу. Охарактеризуйте форми впливу та влади.
2. Визначте поняття споживчого ринку та основні фактори, що впливають на поведінку споживача.

Варіант 23

1. Дайте коротку характеристику теорії лідерства. Наведіть типологію лідерів.
2. Визначте поняття маркетингових досліджень і обґрунтуйте їх необхідність.

Варіант 24

1. Наведіть основні підходи до управління результативністю організації та надайте їх коротку характеристику. Наведіть класифікацію інструментів інтенсифікації розвитку підприємства. Визначте поняття таксономія методів.
2. Охарактеризуйте методи аналізу маркетингової інформації.

Варіант 25

1. Наведіть та охарактеризуйте цільові програми управління ефективністю та розвитком організації. Визначте сфери обмеження розвитку організації.
2. Наведіть підходи до класифікації маркетингової інформації.

Практична частина

Практична частина контрольної роботи полягає у визначенні оптимального управлінського рішення на основі проведених розрахунків за варіантами.

1. Вихідні дані

Підприємство має деякий капітал (К), який воно може інвестувати з метою одержання прибутку у два альтернативні варіанти:

1. Вкласти кошти в інвестиційний проект зі щорічним чистим доходом Прт;

2. Придбати акції іншої компанії, за якими виплачуються дивіденди (Див), відсоток від номіналу. Очікується, що ринкова ціна акцій продажу (Ца) в кінці розрахункового періоду зросте на 60 %.

2. Завдання

Необхідно провести розрахунки щодо ефективності вкладання коштів в інвестиційний проект та придбання акцій. Вибрати найбільш оптимальне управлінське рішення за критерієм прибуток $\rightarrow \max$.

3. Інформаційне забезпечення задачі

Таблиця 1.1. – Варіанти вихідних даних

Номер варіанта	Капітал (К), тис. грн.	Чистий дохід (Прт), тис. грн.	Дивіденди за акціями, (Див), %	Період (t), років	Ставка дисконта, (Ек), %
1	3	2	5	6	7
1	100	30	12	5	12
2	200	50	10	6	15
3	300	60	8	7	18
4	400	120	6	4	20
5	500	130	15	5	24
6	150	50	10	6	28
7	250	50	8	7	32
8	350	40	6	4	10
9	450	50	20	5	14
10	550	100	18	6	18
11	120	110	15	7	22
12	180	130	10	4	26
13	220	50	8	5	30
14	280	60	6	6	12
15	320	50	20	7	15
16	380	60	18	4	18
17	420	40	15	5	20
18	480	300	10	6	24
19	110	350	8	7	28
20	190	340	6	4	32
21	230	340	20	5	10
22	280	250	18	6	14
23	250	220	15	7	18
24	330	240	10	4	22
25	430	210	8	5	26

4. Алгоритм виконання:

Ефективність вкладення коштів в інвестиційний проект розраховуємо на основі визначення показника чистого дисконтованого доходу (ЧДД) за критеріями: $\text{ЧДД} > 0$; $\text{ЧДД} \rightarrow \max$. Норма амортизації капіталу, $A_m = 15\%$.

Розрахунок проводимо в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 — Чистий дисконтований дохід від інвестиційного проекту

Рік, t	$\text{ГП}_t = \text{П}_{pt} + (K \times 0,15)$	K_{dt}	$\text{ДГП}_t = \text{ГП}_t \times K_{dt}$	$\text{ЧДД} = \sum \text{ДГП}_t - \sum K$
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
Разом				
ЧДД				

Ефективність придбання акцій розраховуємо в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 — Дивіденди за акціями

Рік	K	$\text{Див} = K \times \text{Див}\%, \text{ тис. грн.}$
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
Разом, $\sum \text{Див}$		
Прибуток		$\text{Прд} = \sum \text{Див} + (\text{Ца} = K \times 1,6) =$

Висновок: _____

2 ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ. ВИМОГИ ДО ЇЇ ОФОРМЛЕННЯ

Після вибору варіанта студент (ка) ретельно вивчає джерела інформації та список рекомендованої літератури за теоретичними питаннями та практичним завданням за обраним варіантом і викладає їх в контрольній роботі дотримуючись таких вимог:

- контрольна робота виконується державною мовою, стисло, логічно;
- текст друкується чорним кольором, шрифтом Times New Roman, міжрядковий інтервал 1,5, кегль 14, аркуш формату А4, поля: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє і нижнє – по 20 мм;
- обов'язково нумеруються сторінки в правому верхньому куті, починаючи зі сторінки «ВСТУП»;
- назви структурних складових контрольної роботи друкуються великим літерами симетрично до тексту та пропускається один рядок перед текстом. Структурні складові контрольної роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ТЕОРЕТИЧНЕ ПИТАННЯ 1 (НАЗВА ПИТАННЯ)», «ТЕОРЕТИЧНЕ ПИТАННЯ 2 (НАЗВА ПИТАННЯ)», «ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» друкуються з нової сторінки;
- таблиці, рисунки, формули нумеруються з обов'язковим посиланням на них у тексті перед ними, а таблиці і рисунки обов'язково мають назви;
- для запобігання академічного плагіату на всі використані джерела інформації мають бути посилання у тексті контрольної роботи. Всі джерела інформації, що були використані під час написання контрольної роботи, мають бути вказані в списку використаних джерел (не менш, ніж 10 джерел);
- обсяг контрольної роботи має складати 20-25 сторінок друкованого (25-30 рукописного) тексту.

Приклад оформлення титула контрольної роботи та змісту подано в додатках А і Б.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – вид. 2-ге, переробл. і допов. -Київ: Знання-Прес, 2004. - 645 с.
2. Виханский О. С. Менеджмент : Учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — М.: «Фирма Гардика», 2008. — 586 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник / С.С. Гаркавенко. – 7-ме вид. – Київ: Лібра, 2010. - 720 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – [12-е изд.]. – СПб.: Питер, 2006. – 816 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: учеб. для слушателей, обучающихся по программе «Мастер делового администрирования» / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; [пер. с англ. под. ред. В. Б. Колчанова]. – 2-е изд., М. : Питер, 2014. – 718 с.
6. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – 3-е вид., допов. і перероб. – Львів: Нац. Ун-т «Львівська політехніка» (Інфор.- видав. центр «ІНТЕЛЕКТ+» Ін-ту післядипломної освіти); «Інтелект-захід», 2007. – 384 с.
7. Менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. / А. А. Мазаракі, Г. Є. Мошок, Л. А. Гомба та ін. – Київ: Атака, 2007. – 564 с.
8. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : Учебник /Пер. с англ. — М.: Дело ЛТД, 2010. – 701 с.
9. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту. / О. Д. Сердюк. – Київ: Професіонал, 2004. – 432 с.
10. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / за ред. Л.В. Балабанової. - 3-тє вид., допов. і переробл. – Київ: Знання, 2004. – 354 с.

Допоміжна

11. Василенко В Теорія та практика розробки управлінських рішень: навч. посіб. / В. Василенко. – Київ: ЦУЛ, 2002 – 420 с.
12. Завадський І. С. Менеджмент. / І. С. Завадський. – Т.2 – Вид.2. – Київ: УФ/МБ, 2002. – 640 с.
13. Лафта Дж. Менеджмент : учебник / Дж. Лафта. – М.: Григорян А.Ф., 2002 – 264 с.
14. Маркетинг: Методичні вказівки до ситуаційних вправ : навч. посіб. [для студ. ВНЗ] / О.А. Виноградов, О.П. Вихопень, Л.М. Шульгіна та ін. - Київ: Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні; Центр інновацій та розв., 2004. – 205 с.
15. Маркетинг : підруч. [для студ. ВНЗ] / В. Руделіус та ін. ; ред.-упоряд. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – вид. 3-тє. – Київ : Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
16. Павленко О.Ф. Маркетинг : підручник / О. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – Київ : Київ. нац. екон. ун-т, 2003. – 246 с.

ДОДАТОК А
Приклад оформлення контрольної роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова
Факультет менеджменту
Кафедра менеджменту і публічного адміністрування

КОНТРОЛЬНА РОБОТА
з навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг»
варіант _____

Виконав (ла)
студент (ка) ____ курсу,
групи _____

К. Ю. Григоровська

(підпис, дата)

Перевірила
Д-р екон. наук, доц.

С. І. Плотницька

(підпис, дата)

Харків – 20__

ДОДАТОК Б
Приклад оформлення змісту

ЗМІСТ

Вступ.....	
1 (Назва питання).....	
2 (Назва питання).....	
3 Практичне завдання.....	
Список використаних джерел.....	

Виробничо-практичне видання

Методичні рекомендації
до виконання контрольної роботи
з навчальної дисципліни

«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ»

*(для студентів магістратури заочної форми навчання
спеціальності 073 – Менеджмент
освітньо-професійної програми «Бізнес-адміністрування»)*

Укладач **ПЛОТНИЦЬКА** Світлана Іванівна

Відповідальний за випуск *М. М. Новікова*
За авторською редакцією
Комп'ютерне верстання *С. І. Плотницька*

План 2018 , поз. 328М

Підп. до друку 12.02.2019. Формат 60 × 84/16.
Друк на ризографі. Ум. друк. арк. 0,5.
Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017.